

Research Paper

Identifying and ranking effective human resources training on the implementation of e-commerce in knowledge-based companies active in the field of information and communication technology in Tehran

Ali Hakimzadeh¹, Mohammad Ghasemi namaghi ^{2*}, Ali Hosseinzadeh³

1. PhD student in Marketing management, Department of Management , Torbat Heydariyeh Branch, Islamic Azad University, Torbat Heydariyeh, Iran

2. Assistant Professor, Department of Marketing Management, Economy And Accounting, Payame Noor University, Tehran, Iran

3. Assistant Professor, Department of Management , Torbat Heydariyeh Branch, Islamic Azad University, Torbat Heydariyeh, Iran

Received:2021/10/10

Accepted:2022/3/9

PP:53-63

Use your device to scan and read the article online



DOI:

10.30495/JEDU.2023.29150.5834

Keywords:

E-commerce, education, human resources, ICT manpower, knowledge-based companies.

Abstract

Introduction: The purpose of this study is to identify and rank the effective training of human resources on the implementation of e-commerce in knowledge-based Companies In the field of Information And communication Technology In Tehran.

research methodology: The research method is applied and field. The statistical population of the study consisted of managers of knowledge-based companies active in the field of information and communication technology in Tehran. Theoretical saturation method was used for sampling and 15 people were selected as the sample size. In a small part, a researcher-made pairwise comparison questionnaire was used. To evaluate the validity of the journal from the opinions of experts and reliability with Cronbach's alpha, 0.87 was obtained. The questionnaire was approved. Data analysis was performed using grounded theory and Oreste methods and Expert choice software..

Findings: Evidence suggests that among the effective training of human resources for the implementation of e-commerce, training in the use of technology with a coefficient (1), training in critical thinking and analysis with a coefficient (0.840) and training to increase technology capabilities with a coefficient (0.740) rank The first to the third.

Conclusion: Therefore, according to the results, having the necessary training and expertise in relation to the use of e-commerce techniques, in order to gain and maintain a business advantage in an environment where there is intense competition, attract, train and retain a specialized workforce related to business techniques. Electronics must have reached a professional level.

Citation: Hakimzadeh Ali, Ghasemi Namaghi Mohammad, Hosseinzadeh Ali (2023). Identifying and ranking effective human resources training on the implementation of e-commerce in knowledge-based companies active in the field of information and communication technology in Tehran. Journal of New Approaches in Educational Administration; 14(2):53-63

Corresponding author: Mohammad Ghasemi Namaghi

Address: Assistant Professor, Department of Marketing Management, Economy And Accounting, Payame Noor University, Tehran, Iran

Tell: 09037089825

Email: Mghn2008@yahoo.com

Extended Abstract

Introduction:

Undoubtedly, with the ever-increasing advancement of technology, entering e-commerce is essential for businesses in a competitive environment due to the many benefits it brings, and perhaps businesses that do not benefit from e-commerce will face the risk of bankruptcy. (Amirkhani & et al, 2016). New systems have enabled human resources professionals to provide better services to the stakeholders of their organization, technology training for human resources is the best example of this type of system, its use has become so widespread in today's era that its use has become a necessity (Alalwan, 2020). In order to realize these things, organizations must first accept human training and implement it optimally. It is e-commerce that should be taken into account in order to be able to help implement e-commerce as best as possible along with environmental, organizational, management, etc. factors (Kafashpour, 2010). The biggest challenges facing knowledge-based companies is the issue of using human resources in e-commerce, and according to the experiences gained in these companies in the past years, it can be said that this awareness has been created in these companies to achieve appropriate economic growth. In the coming years, attention is paid to the use of e-commerce.

Context:

The commercialization of research has expanded in recent decades as a new approach to academic research and natural science.

Goal:

The purpose of this study is to identify and rank the effective training of human resources on the implementation of e-commerce in knowledge-based Companies In the field of Information And Communication Technology In Tehran.

Method:

The current research is applied in terms of purpose and of descriptive and exploratory type and was carried out by survey method. The statistical population consisted of 15 active experts in the field of e-commerce who had at least 5 years of

work experience and had a doctorate in this field, and they helped to identify the effective training of human resources on the implementation of e-commerce. First, its important parts were extracted from the texts of the conducted interviews and a code was assigned to each of them. Then using Strauss and Corbin's approach in three stages of open, central and selective coding, and finally with selective coding of the final training of human resources to accept e-commerce, 16 types of training: organization information systems, increasing technology capabilities, critical thinking and analysis, Ability to solve problems, use technology, office automation, change management, programming, service delivery skills, media literacy, teamwork, decision-making skills, attendance at innovation events, job rotation in information technology units, network security and software and hardware skills should be considered. Then the identified trainings were placed in the form of a pairwise comparison questionnaire and were ranked using the Oreste technique. In such a way that training to use technology with a coefficient of (1), training of critical thinking and analysis with a coefficient of (0.840) and training to increase technology abilities with a coefficient of (0.740) were ranked first to third.

Findings:

Data analysis and conclusions from the research findings were used through content analysis. Then the researcher, the opinions of experts and educated people, Obtained work experience and experiences related to the research topic through semi-structured interviews this led to the development of new components for commercialization in the field of education.

Results:

The commercialization approach of research for the educational sciences can to achieve scientific competence, strengthen the scientific nature and increase understanding of public awareness as a feedback process is the result of commercializing research it promotes academic excellence in the educational sciences, and contributes to its functioning, application and effectiveness in society.

مقاله پژوهشی

شناسایی و رتبه بندی آموزش‌های مؤثر نیروی انسانی بر پیاده سازی تجارت الکترونیک در شرکت‌های دانش بنیان فعال حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات تهران

علی حکیم زاده^۱، محمد قاسمی نامقی^{۲*}، علی حسین زاده^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی، گروه مدیریت، واحد تربت حیدریه، دانشگاه آزاد اسلامی، تربت حیدریه، ایران

۲. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، اقتصاد و حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۳. استادیار گروه مدیریت، واحد تربت حیدریه، دانشگاه آزاد اسلامی، تربت حیدریه، ایران

چکیده

مقدمه و هدف: هدف پژوهش حاضر شناسایی و رتبه بندی آموزش‌های مؤثر نیروی انسانی بر پیاده سازی تجارت الکترونیک در شرکت های دانش بنیان فعال حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات تهران می‌باشد.

روش شناسایی پژوهش: روش پژوهش از نوع کاربردی و میدانی و جامعه آماری پژوهش را مدیران شرکت‌های دانش بنیان فعال حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات تهران تشکیل دادند. جهت نمونه گیری از روش اشباع نظری استفاده شد و ۱۵ نفر به عنوان حجم نمونه تعیین شدند. به منظور گردآوری داده‌ها در بخش کیفی از مصاحبه و در بخش کمی از پرسشنامه مقایسات زوجی محقق ساخته استفاده شد. برای بررسی روایی پرسشنامه از نظرات خبرگان و پایایی آن با آلفای کرونباخ انجام و ۰.۸۷ به دست آمد. پرسشنامه مورد تأیید قرار گرفت. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش‌های گرنند توری و اورسته و نرم افزار Expert choice انجام شد.

یافته‌ها: شواهد حاکی از آن است که از بین آموزش‌های مؤثر نیروی انسانی جهت پیاده سازی تجارت الکترونیک، آموزش استفاده از تکنولوژی با ضریب (۱)، آموزش تفکر انتقادی و تحلیل با ضریب (۰.۸۴۰) و آموزش افزایش توانایی‌های تکنولوژی با ضریب (۰.۷۴۰) در رتبه‌های اول تا سوم قرار گرفتند.

بحث و نتیجه‌گیری: طبق نتایج به دست آمده برخورداری از آموزش و تخصص لازم در ارتباط با بکارگیری فنون تجارت الکترونیک، برای کسب و حفظ مزیت تجاری در محیطی که رقابت شدید در آن برقرار است و جذب، تربیت و حفظ نیروی کار تخصصی که در ارتباط با فنون تجارت الکترونیک به سطح حرفه‌ای رسیده باشد الزامی است.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۷/۱۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۱۸

شماره صفحات: ۶۳-۵۳

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



DOI:

10.30495/JEDU.2023.29150.5834

واژه‌های کلیدی:

تجارت الکترونیک، آموزش، نیروی انسانی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، شرکت‌های دانش بنیان.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

استناد: حکیم زاده علی، قاسمی نامقی محمد، حسین زاده علی، (۱۴۰۲)، شناسایی و رتبه بندی آموزش‌های مؤثر نیروی انسانی بر پیاده سازی تجارت الکترونیک در شرکت‌های دانش بنیان فعال حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات تهران، دوماهنامه علمی- پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی. ۱۴ (۲): ۶۳-۵۳

* نویسنده مسوول: محمد قاسمی نامقی

نشانی: استادیار گروه مدیریت بازرگانی، اقتصاد و حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

تلفن: ۰۹۰۳۷۰۸۹۸۲۵

پست الکترونیکی: Mghn2008@yahoo.com

مقدمه

با توجه به این که یکی از موانع توسعه در کشورهای توسعه نیافته و یا در حال توسعه کمبود نیروی انسانی ماهر و آموزش دیده است و آموزش‌های رسمی و دانشگاهی نیز مشکلاتی نظیر عدم انعطاف‌پذیری، عدم هماهنگی با تحولات و شرایط جامعه، طولانی بودن زمان و هزینه را داشته و برای همه افراد در تمام شرایط مقدور نیست، آموزش‌های غیر رسمی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار می‌گردند. (Choisen, 2017). آموزش‌های حین کار نیروهای انسانی شاغل یکی از ابعاد آموزش‌های غیر رسمی است که خارج از نظام آموزش و پرورش و نظام دانشگاهی کشور به صورت پیوسته یا منقطع طی دوره‌های آموزشی ارائه شده و سبب ارتقاء سطح تخصص و کارایی پرسنل سازمان‌ها می‌گردد. تخصصی شدن فعالیت‌ها، نیازمندی به افزایش بهره‌وری، بالا رفتن هزینه‌های تولید و تغییر نگرش نسبت به آموزش در کنار چالش‌هایی مانند افزایش رقابت، تحولات استراتژیک و تکنولوژیکی و بسیاری دلایل و عوامل دیگر، سبب توجه به دوره‌های آموزشی تخصصی و حین کار نیروهای انسانی شده است. بنابراین اگر این آموزش‌ها متناسب با نیازهای واقعی طراحی شوند، می‌توانند سبب ارتقای سطح آگاهی و مهارت فنی، افزایش کمی و کیفی تولید، کاهش هزینه‌ها، افزایش انگیزه‌های انسانی و غیره گردند. (Determined & et al, 2013). بدون شک با پیشرفت روزافزون تکنولوژی، ورود به تجارت الکترونیک برای کسب و کارها در فضای رقابتی بدلیل مزایای متعددی که در بردار امری ضروری است و چه بسا کسب و کارهایی که از تجارت الکترونیک بی بهره‌اند با خطر ورشکستگی مواجه خواهند بود. (Amirkhani & et al, 2016). سیستم‌های جدید متخصصان منابع انسانی را قادر ساخته تا خدمات بهتری برای ذینفعان سازمان خود فراهم کنند، آموزش فناوری‌ها به نیروی انسانی بهترین مصداق این نوع از سیستم‌هاست، کاربرد آن در عصر حاضر آن قدر گسترده شده است که کاربرد آن به یک ضرورت تبدیل شده است (Alalwan, 2020). از سوی دیگر رشد و توسعه روزافزون دانش بشری و ظهور مباحثی چون مجازی‌سازی، ارتباط به هنگام و بی‌سیم باعث شده است تا سازمان‌ها بیش‌ازپیش موجودیت خود را دچار تغییر و تحول ببینند. این عوامل باعث شده است تا دنیا به شبکه‌ای از تعاملات الکترونیکی تبدیل شود و به دنبال آن بسیاری از رویکردهای مدیریت منابع، تغییر ماهیت دهد و در این میان موضوع آموزش تجارت الکترونیک به نیروی انسانی، توجه بسیاری از پژوهشگران را به خود جلب کند. موضوع آموزش تجارت الکترونیک به نیروی انسانی یک روش مدیریتی مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات است. این نوآوری قابلیت کاهش هزینه‌ها و بهبود خدمات، هم برای مدیریت و هم برای کارکنان را دارد (Parry, 2011). برای تحقق این موارد، سازمان‌ها باید ابتدا آموزش انسانی را بپذیرند و به نحو مطلوبی اجرا کنند. از سوی دیگر نیروی انسانی، مهم ترین رکن پیاده سازی سیستم‌های تجارت الکترونیک است که باید مورد توجه قرار گیرد تا بتوان در کنار عوامل محیطی، سازمانی، مدیریتی و... به پیاده سازی هر چه بهتر تجارت الکترونیک کمک کرد. (Kafashpour, 2010). تجارت الکترونیک عبارت است از خرید و فروش و مبادله کالا، خدمات و اطلاعات از طریق شبکه‌های رایانه‌ای از جمله اینترنت. این نوع از تجارت بر پردازش و انتقال الکترونیکی داده‌ها شامل متن، صدا و تصویر مبتنی است (Lee, 2019). ویژگی اصلی این نوع از تجارت تسهیل فرآیندهای تجاری، حذف فرآیندهای غیرضروری و زائد در انجام امور بازرگانی و کاهش هزینه‌ها از طریق بهبود و افزایش هماهنگی، کاهش هزینه‌های اداری خصوصاً هزینه مکاتبات و نیز بهبود دسترسی به بازار و افزایش تنوع برای مشتریان است. در این میان، فناوری‌های نوین ارتباطی مانند اینترنت، اکسترانت، پست الکترونیک و تلفن‌های همراه در گسترش و توسعه تجارت الکترونیک نقش بسزایی دارند (Kaviani, 1978). آموزش، کارآمدترین ابزار و قویترین فرایند موجود برای انتقال دانش و مهارت به نیروی انسانی و تقویت آنان برای انجام وظایف می‌باشد. با توجه به تغییر و تحولات روزمره و پیشرفت علوم و فنون فناوری و نیز تعدد مشاغل و حرف و برای جلوگیری از اتلاف منابع، آموزش کارکنان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و اجرای آن نیاز به برنامه ریزی و مطالعه دقیق براساس نیازهای آموزشی کارکنان دارد. برای این که نیروهای انسانی شاغل در سازمانها روزآمد باشند باید به طور مداوم آموزش ببینند (Abubakr & Nora, 2012). این باور که ماشین به طور کامل جایگزین انسان خواهد شد، عملن کنار گذاشته شده و باور این که انسان‌های با دانش فناوری در کنار ماشین، بهتر می‌توانند به حل مشکلات و افزایش بهره وری کمک کنند، جایگزین شده است. به همین جهت آموزش فناوری اولویت اول سازمان‌ها شده است. از آنجا که فناوری در رقابت پذیری سازمان‌ها نقش عمده‌ای را بازی می‌کند، لذا سازمان‌ها هر چه بیشتر از فناوری سفارشی شده و متناسب با نیازهای خود استفاده می‌کنند که همین موضوع ضرورت آموزش فناوری در سازمان را باز هم افزایش می‌دهد. کارکنان به خصوص مدیران در همه سطوح، به جهت تغییرات مهم در کار تیمی، نحوه و سیستم انجام مسوولیت‌ها مانند دورکاری و لزوم افزایش بهره وری، نیاز بیشتری به ایجاد یا افزایش مهارت‌های نرم و توسعه فردی خواهند داشت. (Paris, 2011). بزرگ ترین چالش‌های پیش‌روی شرکت‌های دانش بنیان، مساله استفاده از قابلیت‌های نیروی انسانی در تجارت الکترونیک است و با توجه به تجربیاتی که در سال‌های گذشته در این شرکت‌ها به دست آمده می‌توان بیان داشت هم‌اکنون این آگاهی در این شرکت‌ها ایجاد شده که برای دستیابی به رشد مناسب اقتصادی در سال‌های آینده، توجه به به کارگیری تجارت الکترونیک است. هم چنین در میان مطالعاتی که در ارتباط با پذیرش فناوری اطلاعات متمرکز است، تنها درصد اندکی از آن‌ها به مبحث نقش

آموزش نیروی انسانی در پذیرش و موفقیت تجارت الکترونیک در شرکت‌های تجاری اختصاص یافته است. بنابراین می‌توان بیان داشت که موضوع تجارت الکترونیک در سالهای اخیر مکرراً در مقالات و کتب مختلف مورد بررسی قرار گرفته و جوانب مختلفی از آن به بحث گذاشته شده است (Paris, 2011).

پیشینه پژوهش

(Babaeianpour & keramati, 2020) در پژوهشی با عنوان مدل پذیرش تجارت الکترونیک در سازمانهای دولتی از سوی مشتریان با رویکرد پویایی سیستم‌ها بیان داشتند نتایج تحقیق نشان می‌دهد که برای افزایش پذیرش تجارت الکترونیکی، اولین قدم اطلاع رسانی و آگاه کردن نیروی انسانی نسبت به آن است. (Ismailpour et & al, 2018) در پژوهشی با عنوان چالش‌های پذیرش تجارت الکترونیک در کسب و کارهای کوچک و متوسط بیان داشتند که موانع سازمانی شامل کمبود زمان، عدم آگاهی و اطمینان کافی از منافع و مزایا، هزینه، عدم اشتیاق برای نوآوری و سواد و مهارت فنی ناکافی کارکنان، موانع فنی شامل عدم سازگاری با محصولات، خدمات و روش کسب و کار شرکت، فقدان امنیت لازم و پایین بودن سطح تکنولوژی سخت افزاری و نرم افزاری و موانع محیطی شامل رقابت اندک، استفاده اندک توسط مشتریان، حمایت ناکافی دولت، استفاده اندک توسط شرکا و عرضه کنندگان و ضعف قانون در زمینه تجارت الکترونیک، بر پذیرش تجارت الکترونیک توسط شرکت‌های کوچک متوسط تأثیر منفی دارند. (Amirkhani et & al, 2012) در پژوهشی با عنوان تحلیل و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر پذیرش تجارت الکترونیک در شرکت‌های کوچک و متوسط صنایع غذایی و آشامیدنی بیان داشتند که نتایج تحقیق حکایت از این حقیقت دارد که ۵ عامل درون سازمانی، حمایتی، نیروی انسانی، تکنولوژیکی و محیطی عوامل مؤثر بر پذیرش چنین تجارتی هستند. هم چنین تحلیل به کمک الگوی تاپسیس خاکستری نشان داد که از میان عوامل فوق الذکر، دو عامل حمایتی و محیطی، مهم‌ترین عوامل در پذیرش این تجارت است. (Ize et & al, 2020) در پژوهشی با عنوان یک تحلیل تم در خصوص پذیرش تجارت الکترونیک در شرکت‌های نیچریه‌ای بیان داشتند که توجه به منابع مالی کافی، دستیابی به فناوری مناسب، نیروی انسانی متخصص و فرهنگ فناوری مقوله‌های اصلی پذیرش تجارت الکترونیک هستند. (Kativy, 2018) در پژوهشی با عنوان عوامل مؤثر بر پذیرش تجارت الکترونیک بیان داشت که شرکت‌های مورد مطالعه باید به مقوله چشم انداز سازمانی، همسوسازی استراتژی‌ها با فناوری، جذب نیروی انسانی متخصص و حمایت مدیریت توجه داشته باشند. (Lipo et & al, 2018) در پژوهشی با عنوان پیاده سازی تجارت الکترونیک در شرکت‌های مالزیایی بیان داشتند که توجه به زیر ساخت‌های فنی، وجود منابع انسانی متخصص، فرهنگ بکارگیری فناوری و حمایت مدیریت عامل نقش مهمی در این امر دارند. تجارت الکترونیک از جمله موضوعات مهم در سال‌های اخیر است که توجهات زیادی را در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات به خود معطوف کرده است. پایین آوردن هزینه‌های جمع آوری اطلاعات از مشتریان، دسترسی به طیف وسیعی از مشتریان و تعامل با شبکه‌ای از تأثیر گذاران محیطی تنها پاره‌ای از مزایای این تجارت است. با این وجود این تجارت در کشورمان همچون طفلی نوپا در آغاز راه خود به سر می‌برد از این رو شناخت جوانب و زوایای مختلف نیازمند اهتمام محققان کشور است. با بررسی‌های صورت گرفته در ادبیات تجربی پژوهش مشخص شد که تاکنون پژوهشی با عنوان شناسایی و رتبه بندی آموزش‌های مؤثر نیروی انسانی بر پیاده سازی تجارت الکترونیک در شرکت‌های فعال در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات در شرکت‌های دانش بنیان انجام نشده است و این شکاف تحقیقاتی در پژوهش حاضر پوشش داده خواهد شد که به کارگیری این آموزش‌ها باعث افزایش میزان آمادگی و کسب بلوغ شرکت‌های مورد مطالعه جهت پذیرش تجارت الکترونیک خواهد شد. در این مورد هدف پژوهش حاضر پاسخگویی به این سؤال اصلی است که آموزش‌های نیروی انسانی و رتبه بندی آن‌ها که بر پیاده سازی تجارت الکترونیک در شرکت‌های دانش بنیان فعال حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات تهران تأثیر دارند، کدامند؟

روش شناسایی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نوع توصیفی اکتشافی بوده و با روش پیمایشی انجام شد. در این پژوهش ابتدا منابع مرتبط با موضوع پژوهش از طریق منابع کتابخانه‌ای گردآوری و پس از مرور پژوهش‌های مرتبط پیشین داخلی و خارجی؛ جامعه آماری مناسب با موضوع پژوهش انتخاب و از درون آن، حجم نمونه مناسب انتخاب شد. جامعه آماری شامل ۱۵ نفر از خبرگان فعال در حوزه تجارت الکترونیک که حداقل ۵ سال سابقه کار داشته و دارای مدرک دکتری در این حوزه بودند انتخاب شدند و به شناخت آموزش‌های مؤثر نیروی انسانی بر پیاده سازی تجارت الکترونیک کمک کردند. سپس آموزش‌های شناسایی شده در قالب یک پرسشنامه مقیاسات زوجی قرار داده شده و با تکنیک اورسته رتبه بندی شدند.

یافته ها

یافته‌های کیفی

در این بخش به تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده پرداخته شد. ابتدا از متون مصاحبه‌های انجام شده بخش‌های مهم آن استخراج شده و برای هر یک از آن‌ها یک کد تخصیص یافت. سپس با استفاده از رهیافت اشتراوس و کوربین در سه مرحله کدهای باز، محوری و انتخابی بدان‌ها پرداخته و در نهایت به سوالاتی پژوهش پاسخ داده شده است. پس از کدگذاری محوری مقوله‌ها و کدگذاری انتخابی آموزش‌های نهایی نیروی انسانی، جدول نهایی کدها مطابق جدول شماره ۱ طراحی گردید.

جدول شماره ۱- آموزش‌های مؤثر نیروی انسانی بر پیاده سازی تجارت الکترونیک

آموزش‌ها
سیستم‌های اطلاعاتی سازمان
افزایش توانایی‌های تکنولوژی
تفکر انتقادی و تحلیل
توانایی حل مسئله
استفاده از تکنولوژی
اتوماسیون اداری
مدیریت تغییر
برنامه‌نویسی
مهارت ارائه خدمات
سواد رسانه‌ای
کار تیمی
مهارت‌های تصمیم‌گیری
حضور در رویدادهای نوآوری
چرخش شغلی در واحدهای فناوری اطلاعات
امنیت شبکه‌ها
مهارت‌های نرم افزاری و سخت افزاری

یافته‌های کمی

در این بخش ابتدا به تاثیر آموزش‌های نیروی انسانی شناسایی شده بر پیاده سازی تجارت الکترونیک با استفاده از آزمون پیرسون پرداخته شد. یافته‌ها نشان داد که تمامی مقادیر بدست آمده در جدول شماره ۲ مثبت بوده و مقدار سطح معناداری آن‌ها نیز کمتر از ۰,۰۵ است. پس آموزش‌های نیروی انسانی شناسایی شده بر پیاده سازی تجارت الکترونیک تأثیر گذار بودند.

جدول شماره ۲- بررسی تأثیر آموزش‌های نیروی انسانی بر پیاده سازی تجارت الکترونیک

آموزش‌ها	مقادیر	سطح معناداری
سیستم‌های اطلاعاتی سازمان	۰,۸۵۵	۰,۰۰۰
افزایش توانایی‌های تکنولوژی	۰,۶۷۶	۰,۰۰۰
تفکر انتقادی و تحلیل	۰,۳۴۴	۰,۰۰۰
توانایی حل مسئله	۰,۷۱۲	۰,۰۰۰
استفاده از تکنولوژی	۰,۶۸۷	۰,۰۰۰
اتوماسیون اداری	۰,۵۴۵	۰,۰۰۰
مدیریت تغییر	۰,۴۳۶	۰,۰۰۰
برنامه‌نویسی	۰,۷۳۳	۰,۰۰۰
مهارت ارائه خدمات	۰,۲۶۵	۰,۰۰۰
سواد رسانه‌ای	۰,۶۷۶	۰,۰۰۰
کار تیمی	۰,۲۱۷	۰,۰۰۰

۰,۰۰۰	۰,۷۶۶	مهارت‌های تصمیم‌گیری
۰,۰۰۰	۰,۳۴۴	حضور در رویدادهای نوآوری
۰,۰۰۰	۰,۴۳۷	چرخش شغلی در واحدهای فناوری اطلاعات
۰,۰۰۰	۰,۷۸۷	امنیت شبکه‌ها
۰,۰۰۰	۰,۳۴۴	مهارت‌های نرم افزاری و سخت افزاری

در ادامه به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، ابتدا امتیاز هر یک از پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه محاسبه و سپس میانگین امتیازات پاسخ‌دهندگان برای هر یک از گزینه‌ها نسبت به آموزش‌ها محاسبه گردیده است؛ اعداد به دست آمده در ماتریسی تحت عنوان ماتریس تصمیم‌گیری درج شده است. (جدول شماره ۳).

جدول شماره ۳- امتیاز هر یک از آموزش‌های مورد نظر

آموزش‌ها	مسئولیت‌پذیری	چابکی	عملکرد	هزینه‌ها	بهبود مستمر
سیستم‌های اطلاعاتی سازمان	۴	۱,۲۳	۲,۹۱	۴,۳۳	۳
افزایش توانایی‌های تکنولوژی	۳,۲۴	۳,۴۴	۴,۳۹	۲	۴,۹۸
تفکر انتقادی و تحلیل	۴,۵۵	۴,۵۹	۴	۴,۶۷	۴
توانایی حل مسئله	۵	۳,۲۲	۲,۹۸	۵	۵
استفاده از تکنولوژی	۳,۱۱	۲,۴۷	۴	۳,۲۹	۱,۲۵
اتوماسیون اداری	۵	۵	۳,۸۲	۲,۱۹	۲,۶۱
مدیریت تغییر	۳,۲۹	۱,۲۵	۲,۱۴	۴,۳۰	۴,۳۹
برنامه‌نویسی	۵	۵	۳,۸۲	۲,۱۹	۲,۶۱
مهارت ارائه خدمات	۳,۲۹	۱,۲۵	۲,۱۴	۴,۳۰	۴,۳۹
سواد رسانه‌ای	۲,۶۵	۱,۳۴	۵	۳,۲۲	۲,۹۸
کار تیمی	۱,۸۷	۳,۴۴	۳,۱۱	۲,۴۷	۴
مهارت‌های تصمیم‌گیری	۱,۲۳	۲,۹۱	۴	۱,۲۳	۲,۹۱
حضور در رویدادهای نوآوری	۳,۴۴	۴,۳۹	۳,۲۴	۳,۴۴	۴,۳۹
چرخش شغلی در واحدهای فناوری اطلاعات	۴,۵۹	۴	۴,۵۵	۴,۵۹	۴
امنیت شبکه‌ها	۳,۲۲	۲,۹۸	۵	۳,۲۲	۲,۹۸
مهارت‌های نرم افزاری و سخت افزاری	۲,۴۷	۴	۳,۱۱	۲,۴۷	۴

در ادامه با روش آنتروپی شاتون به وزن دهی هر یک از شاخص‌های مورد نظر پرداخته شد و نتایج آن به شرح جدول شماره ۴ است.

جدول شماره ۴- اوزان محاسبه شده برای شاخص‌ها

بهبود مستمر	هزینه‌ها	عملکرد	چابکی	مسئولیت‌پذیری
۰,۲۲۳	۰,۲۱۶	۰,۱۵۵	۰,۱۵۰	۰,۵۹

پس از محاسبه اوزان شاخص‌ها، از روی ماتریس تصمیم اولیه (جدول شماره ۳)، بهترین و بدترین مقدار برای شاخص‌های مختلف به صورت جدول شماره ۵ است:

جدول شماره ۵ - بهترین و بدترین مقدار برای شاخص‌ها

بهبود مستمر	هزینه‌ها	عملکرد	چابکی	مسئولیت‌پذیری
F ⁺	۵	۴,۳۹	۴,۵۹	۵
F ⁻	۱,۲۵	۲	۲,۹۱	۳,۱۱

پس از مشخص شدن بهترین و بدترین مقدار برای هر یک از شاخص‌ها، به محاسبه R_i و S_i که به ترتیب عبارتند از شاخص مطلوبیت (S) و شاخص ناراضیاتی (R) از روابط زیر پرداخته شد و مقادیر در جدول شماره ۶ آورده شده است:

$$S_j = \sum_{i=1}^n w_i \cdot \frac{f_i^* - f_{ij}}{f_i^* - f_i^-}; \quad R_j = \max_i \left[w_i \cdot \frac{f_i^* - f_{ij}}{f_i^* - f_i^-} \right]$$

f^* = بزرگ‌ترین عدد ماتریس نرمال وزنی برای هر ستون

f_{ij} = عدد گزینه مورد نظر برای هر معیار در ماتریس نرمال وزنی

f^- = کوچک‌ترین عدد ماتریس نرمال وزنی برای هر ستون

جدول شماره ۶- نتایج مقادیر S-R برای گزینه‌ها

R	S	عوامل
۰,۱۲۵	۰,۳۵۵	سیستم‌های اطلاعاتی سازمان
۰,۱۸۵	۰,۴۸۹	افزایش توانایی‌های تکنولوژی
۰,۲۱۱	۰,۴۵۵	تفکر انتقادی و تحلیل
۰,۱۸۰	۰,۱۹۳	توانایی حل مساله
۰,۲۱۳	۰,۵۷۳	استفاده از تکنولوژی
۰,۱۸۹	۰,۴۵۴	اتوماسیون اداری
۰,۲۰۱	۰,۳۸۷	مدیریت تغییر
۰,۲۰۵	۰,۵۶۵	برنامه‌نویسی
۰,۱۴۳	۰,۴۳۴	مهارت ارائه خدمات
۰,۱۵۶	۰,۲۸۸	سواد رسانه‌ای
۰,۱۷۶	۰,۴۷۳	کار تیمی
۰,۰۷۱	۰,۴۵۴	مهارت‌های تصمیم‌گیری
۰,۰۷۴	۰,۱۲۷	حضور در رویدادهای نوآوری
۰,۰۸۱	۰,۳۵۱	چرخش شغلی در واحدهای فناوری اطلاعات
۰,۰۶۵	۰,۴۳۲	امنیت شبکه‌ها
۰,۰۷۳	۰,۲۵۴	مهارت‌های نرم افزاری و سخت افزاری
۰,۲۱۳	۰,۵۷۳	بهترین مقدار
۰,۱۲۵	۰,۱۳۹	بدترین مقدار

در ادامه به توجه به مقدار ثابت $V = 0.5$ ، به رتبه بندی آموزش‌های مورد نظر پرداخته شد که نتایج آن به شرح جدول شماره ۷ است. برخی محاسبات به شرح زیر آورده شده است: (۱۱ محاسبه)

$$Q1 = 0.5 * 0.355 - 0.193 / 0.573 - 0.193 + 0.5 * 0.125 - 0.125 / 0.213 - 0.125 = 0.460$$

$$Q2 = 0.5 * 0.489 - 0.193 / 0.573 - 0.193 + 0.5 * 0.185 - 0.125 / 0.213 - 0.125 = 0.740$$

$$Q3 = 0.5 * 0.445 - 0.193 / 0.573 - 0.193 + 0.5 * 0.211 - 0.125 / 0.123 - 0.125 = 0.840$$

$$Q4 = 0.5 * 0.193 - 0.193 / 0.573 - 0.193 + 0.5 * 0.180 - 0.125 / 0.213 - 0.125 = 0.320$$

$$Q5 = 0.5 * 0.573 - 0.193 / 0.573 - 0.193 + 0.5 * 0.213 - 0.125 / 0.213 - 0.125 = 1$$

$$Q6 = 0.5 * 0.454 - 0.193 / 0.573 - 0.193 + 0.5 * 0.189 - 0.125 / 0.213 - 0.125 = 0.455$$

$$Q7 = 0.5 * 0.387 - 0.193 / 0.573 - 0.193 + 0.5 * 0.201 - 0.125 / 0.213 - 0.125 = 0.566$$

$$Q8 = 0.5 * 0.565 - 0.193 / 0.573 - 0.193 + 0.5 * 0.205 - 0.125 / 0.213 - 0.125 = 0.463$$

$$Q9 = 0.5 * 0.434 - 0.193 / 0.573 - 0.193 + 0.5 * 0.143 - 0.125 / 0.213 - 0.125 = 0.594$$

$$Q10 = 0.5 * 0.288 - 0.193 / 0.573 - 0.193 + 0.5 * 0.156 - 0.125 / 0.213 - 0.125 = 0.493$$

$$Q11 = 0.5 * 0.473 - 0.193 / 0.573 - 0.193 + 0.5 * 0.176 - 0.125 / 0.213 - 0.125 = 0.378$$

جدول شماره ۷- رتبه بندی آموزش‌ها

رتبه	مقدار Q	عوامل
۸	۰,۴۶۰	سیستم‌های اطلاعاتی سازمان
۳	۰,۷۴۰	افزایش توانایی‌های تکنولوژی
۲	۰,۸۴۰	تفکر انتقادی و تحلیل
۱۱	۰,۳۲۰	توانایی حل مسئله
۱	۱	استفاده از تکنولوژی
۹	۰,۴۵۵	اتوماسیون اداری
۵	۰,۵۶۶	مدیریت تغییر
۷	۰,۴۶۳	برنامه‌نویسی
۴	۰,۵۹۴	مهارت ارائه خدمات
۶	۰,۴۹۳	سواد رسانه‌ای
۱۰	۰,۳۷۸	کار تیمی
۱۲	۰,۳۹۸	مهارت‌های تصمیم‌گیری
۱۵	۰,۱۸۷	حضور در رویدادهای نوآوری
۱۶	۰,۱۷۶	چرخش شغلی در واحدهای فناوری اطلاعات
۱۳	۰,۲۸۷	امنیت شبکه‌ها
۱۴	۰,۲۷۶	مهارت‌های نرم افزاری و سخت افزاری

بحث و نتیجه گیری

امروزه در همه سازمان‌ها نیروی انسانی از سایر مؤلفه‌های سازمانی دارای اهمیت بیشتری است. اهمیت نیروی انسانی تا حدی است که برخی صاحب نظران بر این عقیده هستند که آن چه در نهایت روند توسعه اقتصادی و اجتماعی یک کشور را تعیین می‌کند، منابع انسانی آن کشور است، نه سرمایه و یا منابع مادی دیگر. این منابع انسانی هستند که سرمایه‌ها را متمرکز می‌سازند، از منابع طبیعی بهره‌برداری می‌کنند، سازمان‌های اجتماعی و اقتصادی و سیاسی را به وجود می‌آورند و توسعه ملی را پیش می‌برند. سازمانی که نتواند مهارت‌ها و دانش افرادی را توسعه دهد و از آن به نحو مؤثری بهره‌برداری کند، قادر نیست خود را در دنیای سرشار از رقابت امروزی حفظ کند. هدف پژوهش حاضر شناسایی و رتبه بندی آموزش‌های مؤثر نیروی انسانی بر پیاده سازی تجارت الکترونیک در شرکت‌های دانش بنیان فعال حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات تهران بوده است که بدین منظور از ادبیات پژوهشی و نظرات خبرگان جهت شناسایی آموزش‌های مورد نیاز استفاده شد. نتایج نشان داد که جهت آموزش نیروی انسانی برای پذیرش تجارت الکترونیک باید ۱۶ نوع آموزش: سیستم‌های اطلاعاتی سازمان، افزایش توانایی‌های تکنولوژی، تفکر انتقادی و تحلیل، توانایی حل مساله، استفاده از تکنولوژی، اتوماسیون اداری، مدیریت تغییر، برنامه‌نویسی، مهارت ارائه خدمات، سواد رسانه‌ای، کار تیمی، مهارت‌های تصمیم‌گیری، حضور در رویدادهای نوآوری، چرخش شغلی در واحدهای فناوری اطلاعات، امنیت شبکه‌ها و مهارت‌های نرم افزاری و سخت افزاری مورد توجه باشد. نتایج این یافته‌ها با نتایج تحقیقات (Kativy, 2018)، (Ize et & al, 2020)، (Lee, 2019)، (Paris, 2011) و (Lipo et & al, 2018)، همسو است و همخوانی دارد. همچنین از بین ۱۶ نوع آموزش شناسایی شده، آموزش استفاده از تکنولوژی با ضریب (۱)، آموزش تفکر انتقادی و تحلیل با ضریب (۰,۸۴۰) و آموزش افزایش توانایی‌های تکنولوژی با ضریب (۰,۷۴۰) در رتبه‌های اول تا سوم قرار گرفتند.

با توجه به یافته‌های پژوهش می‌توان بیان داشت که برخورداری از آموزش و تخصص لازم در ارتباط با بکارگیری فنون تجارت الکترونیک برای کسب و حفظ مزیت تجاری در محیطی که رقابت شدید در آن برقرار است جذب، تربیت و حفظ نیروی کار تخصصی که در ارتباط با فنون تجارت الکترونیک به سطح حرفه‌ای رسیده باشد الزامی است. با توجه به روند هرچه سیال‌تر شدن نیروی کار در دنیای امروز، از دست دادن نیروی کار متخصص به معنای جذب آن توسط رقبا بوده و می‌تواند در بلندمدت زمینه‌های شکست تجاری را در پی داشته باشد. استراتژی‌ها و سیاست‌های تجارت الکترونیک به تنهایی برای تشویق استفاده از تجارت الکترونیک در کشور کافی نیست. اگر مردم و سازمان‌ها به سطحی از آگاهی و اعتماد و درک مزایای تجارت الکترونیک دست یابند، تجارت الکترونیک در نهایت به یک واقعیت تبدیل خواهد شد. فقدان آگاهی از فواید تجارت الکترونیک و نبود آموزش‌های لازم برای استفاده از آن، از جمله مسائل بسیار مهم در استقرار آن در کشور است. آموزش نیروی انسانی با مهارت بالا در بخش‌های تجارت الکترونیک، یکی از ضروریات تجارت الکترونیک محسوب می‌شود. به عنوان مثال براساس تحقیقی در تایوان پس از گسترش شبکه‌های کامپیوتری و ارتباطات، سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی و

ایجاد محیط مناسب برای تحقیق و توسعه که از عوامل مهم در توسعه فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیک می‌باشد، اگر بازرگانان و مصرف کنندگان در زمینه فرصت‌ها و مزایای تجارت الکترونیکی آموزش نبینند و نحوه استفاده از اینترنت برای آن‌ها آموزش داده نشود، تجارت الکترونیکی روند صعودی نخواهد داشت. آموزش یک وظیفه اساسی در سازمان‌ها و یک فرآیند مداوم و همیشگی است و امری موقت و تمام شدنی نمی‌باشد. کارکنان در هر سطحی از سطوح سازمان، اعم از مشاغل ساده یا مشاغل پیچیده محتاج آموزش و یادگیری و کسب دانش و مهارت‌های جدید هستند و باید همواره برای بهتر انجام دادن کار خود از هر نوع که باشد، روش‌ها و اطلاعات جدیدی کسب نمایند. موفقیت سیستم آموزشی یک سازمان در گرو انجام صحیح نیازسنجی آموزشی است. در اثربخشی آموزش تردیدی راه ندارد، اما برای انجام آموزش‌های اثربخش شرایطی لازم است تا سازمان‌ها ضمن تطبیق با شرایط پیچیده بتوانند با تغییرات برخورد منطقی کرده و بخش‌های مختلف خود را در جهت موفقیت حرکت دهند. به همین علت و به منظور در نظر گرفتن عوامل مؤثر در اثربخشی آموزش‌های کاربردی، چگونگی آماده سازی بستر اجرای آموزش در سازمان‌ها، تحلیل نیازهای آموزشی، ارزیابی، پایش و بهبود فرایند آموزش، آموزش از راه دور و چگونگی آموزش مدیران و کارشناسان برای افزایش اثربخشی و کارآمدی آنها در سازمان، نیاز است که طراحی مناسب و علمی برای آموزش نیروهای انسانی صورت پذیرد. از آنجا که نیروی انسانی با مهارت بالا یکی از پیش نیازهای تجارت الکترونیکی محسوب می‌شود. شرکت‌هایی که دارای نیروی انسانی با مهارت، تخصص و دانش بالایی هستند. از مزیت و پتانسیل خوبی برای توسعه تجارت الکترونیکی برخوردار خواهند بود. بنگاه از یک سو برای برآوردن نیازهای مشتریان، باید دانش این نیازها و نحوه برآوردن آن‌ها و پاسخگویی به مشکلات آنان را داشته باشد و از سوی دیگر کادر فنی و پشتیبانی درون بنگاه باید مهارت و دانش فنی کافی و بهنگام در خصوص وظایف خود جهت ارائه خدمات پشت بانه‌ای تجارت الکترونیکی را داشته باشند. از این نظر مهارت فنی، دانش و آگاهی فرهنگی نیروی انسانی از مؤلفه‌های مهم در موفقیت تجارت الکترونیکی بنگاه محسوب می‌شود. آماده سازی نیروی انسانی و ایجاد محیط مناسب برای تحقیق و توسعه جهت استفاده از تجهیزات فیزیکی و نرم افزاری تجارت الکترونیکی در سطح جامعه یکی از وظایف مهم دولت در این زمینه است که با همکاری دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی و تحقیقاتی و ایجاد رشته‌های تخصصی مربوط به تجارت الکترونیکی و فناوری اطلاعات و ارتباطات و کاربردی کردن این علوم در صنعت زمینه را برای بکارگیری تجارت الکترونیکی فراهم سازد. صنعت هم به عنوان استفاده کننده اصلی تجارت الکترونیکی با فراهم سازی ساختارهای کسب و کار، فنی، آموزش و آماده سازی نیروی انسانی و منابع مالی و تجهیزاتی مورد نیاز تجارت الکترونیکی برای گذر از تجارت سنتی به تجارت الکترونیکی جهت انطباق و سازگاری با اقتصاد نوین باید در استراتژی‌های خود تجدید نظر بعمل آورد.

محدودیت های پژوهش

نتایج به دست آمده تنها برای شرکت‌های مورد مطالعه بوده است و نمی‌توان آن را به سایر جوامع و ... تعمیم داد و ممکن است بخش آمار استنباطی پژوهش با گذشت زمان و تغییر نگرش‌ها و شرایط دچار تغییراتی جزئی و یا عمده شده که نمی‌توان نتایج را به آینده تعمیم داد و در واقع نتایج ارائه شده برای شرایط فعلی است.

پیشنهاد های کاربردی پژوهش

به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود که برای کاربردی کردن ملاحظات پذیرش تجارت الکترونیک در قالب دستورالعمل‌ها به راهکارهایی در جهت ارزش گذاری به مسائل غیر کمی توجه کنند و به رتبه بندی عوامل مؤثر بر پذیرش تجارت الکترونیک با روش‌هایی چون : ANP و Topsis، جهت تعیین اولویت هر یک از دیدگاه خبرگان پرداخته شود.

ملاحظات اخلاقی

- محقق اصول امانت داری در منبع نویسی و اطلاعات شرکت کنندگان را رعایت نموده است.

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

- در ابتدا توضیحات کامل برای خبرگان داده شد. همگی با آگاهی به هدف تحقیق، شرکت کردند.
- در مطالعه حاضر فرم‌های رضایت نامه آگاهانه توسط تمامی مصاحبه شونده ها تکمیل شد.

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

References

1. Alalwan,A(2020). Mobile food ordering apps: An empirical study of the factors affecting customer e-satisfaction and continued intention to reuse. *International Journal of Information Management*.50(2020).28-44.
2. Abubakar Allumi Nura & Nora Hasni Osman. (2012), The Proposed Relationship connecting e-HRM adoption,Performance Management System and Effective Decision making in Higher Educational Institutions in Nigeria, *European Journal of Business and Management* . (In Persian).
3. Amirkhani, Amir Hossein, Taleifar, Reza, Fazeli Kobria, Hamed, Faqih, Mohammad Baqer (2012). Analysis and ranking of factors affecting the acceptance of e-commerce in small and medium companies in the food and beverage industry. *Information Technology Management Studies*. 1(2). 123-146. (In Persian).
4. Babaeianpour, H, Pourkeramati,U (1399). Investigating the effective factors on the establishment of e-commerce in Cheshmeh Kerman Wire Company. *Economic Research Journal*.2 (1) .67-76. (In Persian).
5. Bertshk ,G.Frigez M(2016).,“A grey based decision making approach to the supplier selection problem”., *Mathematical and Computer Modelling*, 36: 573–581.
6. Choisen,J(2017). An investigation of the impact of effective factors on the success of e-commerce in small-and medium-sized companies. *Computers in Human Behavior*.2(3).34-56.
7. Creswell, J. W. (2008). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches* (4th Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
8. Determined, Sheila, Moradi, Mahmoud, Bahrami, Assadollah (2013). Investigating the factors affecting the success of B2C e-commerce from a managerial perspective. *Iranian Journal of Information and Communication Technology*.3 (9) .34-45.
9. Eze,H.Vera,C,Okike.K(2020). Critical factors influencing the adoption of digital marketing devices by service-oriented micro-businesses in Nigeria: A thematic analysis approach. *naturehumanities and social sciences communications*.7(90).22-34.
10. Ismailpour, Majid and Hosseini, Seyed Yaghoob and Jafarpour, Younes, (1397)., Challenges of accepting e-commerce in small and medium businesses (Case study: active companies located in Bushehr industrial town). *Management research Business* .4 (9) .34-56(In Persian).Lee,H(2019). Impact of external factors on determining E-commerce benefits among SMEs in Malaysia. *Journal of Global Entrepreneurship Research* volume8(18).45-67.
11. Lipo,D,Bahary,M,Ihad,N(2018). Business to Customer (B2C) E-Commerce Implementation Process: A Case Study Experience in Fashion and Apparel Business in Malaysia. *Business Information Systems*.29(1).34-56.
12. Kativi,J(2018). Determinant Factors of E-commerce Adoption by SMEs in Developing Country: Evidence from Indonesia. *Social and Behavioral Sciences* 195(3).45-67.
13. Kafashpour, Azar, Dehnavi, Mohammad, (2010) The effect of culture on e-commerce (a case study of Aseman Airlines Internet customers), *Journal of Science and Technology; Year 2* (1) .23-45. (In Persian).
14. Kaviani,G(1978). Analysis of e-commerce acceptance using the technology acceptance model. *Scientific Papers of the University of Pardubice. Series D. Faculty of Economics and Administration; Pardibuce Iss*. 45, (2): 174-185.
15. Parry, E. (2011). An examination of e-HRM as a means to increase the value of the HR function. *The International Journal of Human Resource Management*, 22(5), 1146-1162
16. Paris,D(2011). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce* . 59, (4), 69-103.
17. Strauss, A.L., & Corbin, J. (1987). *Basics of qualitative research: Grounded theory: Procedures and Technique*. (2nd Edition); Sage, Newbury Park, London.